mediametrie

Levallois, le 28 décembre 2006

COMMUNIQUE DE PRESSE

L'audience de l'Internet en France

Novembre 2006

La progression d'Internet se poursuit à un rythme rapide : +10% d'internautes en un an + 30% d'internautes connectés en haut débit à domicile

Population internaute[(1)] : +10% en un an

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Novembre 2006 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

En novembre 2006, plus de la moitié de la population âgée de 11 ans et plus (54,3%), soit 28 370 000 Français âgés de 11 ans et plus, se sont connectés au cours du dernier mois. La population internaute a progressé de 10% en un an de novembre 2005 à novembre 2006.

	Novembre 2006	Novembre 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet au cours du dernier mois, quel que soit le lieu de connexion.	**28 370 000** **soit 54,3% des Français**	25 844 000 Soit 49,9% des Français	+ 10%

Haut débit : + 30% en un an de la population internaute connectée à domicile

Source : Médiamétrie - L'Observatoire des usages Internet - Novembre 2006 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

19 691 000 internautes, soit près de 9 internautes sur 10 (87,7%), sont connectés en haut débit à domicile.
Cette population d'internautes est en progression de 30% par rapport à novembre 2005, une augmentation de 4 513 000 internautes en un an.

	Novembre 2006	Novembre 2005	Evolution
Nombre d'internautes âgés de 11 ans et plus déclarant s'être connectés à Internet à domicile **via une connexion haut débit (câble ou ADSL)** au cours du dernier mois.	**19 691 000** **soit 87,7% des internautes domicile**	15 178 000 Soit 82,8% des internautes domicile	+ 30%

Evolution de l'équipement multimédia des Français

Source : Médiamétrie / GfK - La Référence des Equipements Multimédias - 3ème Trimestre 2006 -
Copyright Médiamétrie et GfK - Tous droits réservés

Au 3ème trimestre 2006, plus de 13,5 millions des foyers français (52,9%) sont équipés d'un micro-ordinateur. Avec 1 236 000 foyers supplémentaires, le nombre de foyers équipés a augmenté de 10% en un an.

Au 3ème trimestre 2006, plus de 4 foyers sur 10 (42,6%) contre plus d'un tiers (35,5%) au 3ème trimestre 2005, ont accès à Internet. Ce sont désormais 10 881 000 foyers qui ont accès à Internet, soit une progression de 1 897 000 foyers supplémentaires (+ 21%) par rapport au 3ème trimestre 2005.

	3ème trimestre 2006	2ème trimestre 2006	3ème trimestre 2005
Nombre de foyers équipés d'un micro-ordinateur	**13 510 000** **soit 52,9 % des foyers**	13 155 000 soit 51,5 % des foyers	12 274 000 soit 48,5 % des foyers
Nombre de foyers ayant accès à Internet	**10 881 000** **soit 42,6 % des foyers**	10 633 000 soit 41,6 % des foyers	8 984 000 soit 35,5 % des foyers

mediametrie // NetRatings

Le temps passé par visiteur unique(2) sur le web Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Novembre 2006 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En novembre 2006, le temps passé sur le web par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail est de 24h02mn contre 24h12mn en octobre 2006 et 20h59mn en novembre 2005.

Le temps passé sur le web a augmenté de 3h03mn en un an de novembre 2005 à novembre 2006.

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Novembre 2006 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	18 728 000	18,8
2	MSN/Windows Live	13 921 000	11,7
3	Free	13 366 000	8,2
4	Orange	13 279 000	14,3
5	Yahoo!	10 331 000	9,8
6	Microsoft	10 071 000	3,5
7	PagesJaunes	9 830 000	4,1
8	eBay	9 109 000	9,0
9	Voila	7 656 000	5,3
10	Mappy	7 078 000	2,3
11	L Internaute	6 936 000	3,0
12	Wikipedia	6 868 000	2,3
13	TF1 Network(5)	6 628 000	6,0
14	Fnac	6 405 000	3,2
15	01net. Network(5)	5 905 000	2,8
16	Lycos Europe	5 810 000	3,3
17	La Redoute	5 646 000	3,1
18	Cdiscount.com	5 542 000	3,7
19	Alice	5 291 000	6,0
20	Amazon	5 105 000	2,4
21	Skyrock Network(5)	5 021 000	6,4
22	voyages-sncf.com	4 993 000	2,7
23	aufeminin.com Network(5)	4 825 000	2,5
24	Doctissimo Network(5)	4 482 000	2,2
25	PriceMinister	4 335 000	2,7
26	Rue du Commerce	4 282 000	2,9
27	AlloCine	4 271 000	2,6
28	LA POSTE	4 216 000	5,9
29	PIXmania.com	4 188 000	2,6
30	M6 Network(5)	4 142 000	3,0

Le Top 30 des sites les plus visités en France Applications Internet incluses(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Novembre 2006 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs uniques (2)	Nombre de visites par internautes
1	Google	18 764 000	16,8
2	MSN/Windows Live	15 912 000	17,5
3	Microsoft	15 578 000	7,9
4	Orange	13 785 000	15,9
5	Free	13 366 000	7,6
6	Yahoo!	10 595 000	9,4
7	PagesJaunes	9 830 000	4,0
8	eBay	9 109 000	8,4
9	Voila	7 656 000	5,0
10	Mappy	7 078 000	2,3
11	L Internaute	6 936 000	3,0
12	Wikipedia	6 868 000	2,3
13	TF1 Network(5)	6 628 000	5,6
14	Fnac	6 405 000	3,2
15	01net. Network(5)	5 905 000	2,7
16	AOL	5 855 000	13,3
17	Lycos Europe	5 810 000	3,2
18	La Redoute	5 646 000	3,1
19	eMule	5 638 000	18,3
20	Cdiscount.com	5 542 000	3,7
21	Alice	5 292 000	5,6
22	Amazon	5 105 000	2,3
23	Skyrock Network(5)	5 023 000	5,9
24	voyages-sncf.com	4 993 000	2,6
25	Real Network(5)	4 861 000	5,1
26	aufeminin.com Network(5)	4 825 000	2,4
27	Apple	4 536 000	4,4
28	Doctissimo Network(5)	4 482 000	2,2
29	PriceMinister	4 335 000	2,7
30	Rue du Commerce	4 282 000	2,9

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Novembre 2006 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque (4)	Visiteurs Uniques (2)
1	Google	18 728 000
2	MSN/Windows Live	13 921 000
3	Orange	13 279 000
4	Yahoo!	10 331 000
5	PagesJaunes	9 830 000
6	Voila	7 656 000
7	Mappy	7 078 000
8	L Internaute	6 936 000
9	TF1 Network(5)	6 628 000
10	01net. Network(5)	5 905 000
11	Lycos Europe	5 810 000
12	Alice	5 291 000
13	Skyrock Network(5)	5 021 000
14	aufeminin.com Network(5)	4 825 000
15	Doctissimo Network(5)	4 482 000
16	AlloCine	4 271 000
17	M6 Network(5)	4 142 000
18	AOL(*)	3 946 000
19	ViaMichelin	3 941 000
20	France Televisions	3 838 000
21	LeGuide.com Network(5)	3 664 000
22	Club-Internet	3 483 000
23	Clubic.com	3 211 000
24	Alapage	3 040 000
25	commentcamarche.net	2 591 000
26	Infos-du-Net.com	2 506 000
27	Le Monde	2 137 000
28	Shopping.com Network(5)	1 921 000
29	Boursorama	1 892 000
30	Le Journal du Net	1 875 000
31	nouvelobs.com	1 840 000
32	Groupe Express-Expansion	1 722 000
33	ZDNet	1 708 000
34	Presence PC	1 666 000
35	Le Figaro	1 598 000
36	lastminute.com Network(5)	1 564 000
37	Caradisiac	1 337 000
38	Meetic	1 331 000
39	Radio France	1 295 000
40	CNET~	1 287 000
41	Expedia	1 275 000
42	RTL net	1 179 000
43	Bestofmicro	1 123 000
44	Monsieur Prix	1 118 000
45	achetezfacile.com	1 076 000
46	seloger.com network(5)	1 002 000
47	NRJ Group	994 000
48	Liberation	919 000
49	Magicmaman.com NetWork(5)	901 000
50	Gruner + Jahr	828 000

* Hors AOL Propriétaire

Focus sur les sites de vente en ligne généralistes[6] :
3,5 millions d'internautes supplémentaires séduits en un an

Source : Médiamétrie//NetRatings - Panel France - Domicile et /ou Lieu de travail - Applications Internet exclues - Novembre 2006 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

En cette période de préparation de Noël, les sites de vente en ligne généralistes[6] ont attiré 15 990 000 visiteurs uniques au mois de novembre 2006. Ceci représente une progression de 28% par rapport à novembre 2005, soit 3,5 millions de visiteurs uniques supplémentaires en un an.

Les usages évoluent peu depuis un an. Les internautes consultent sensiblement le même nombre de pages de sites de vente en ligne généralistes[6] : 146 pages par visiteur unique en novembre 2006 et 144 pages en novembre 2005. Le temps passé sur les sites de vente en ligne généralistes[6] reste inchangé à 56 minutes par visiteur unique à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

[(1)] **Internautes** : la population internaute de référence de ce communiqué est la population des « internautes dernier mois âgés de 11 ans et + », soit les individus s'étant connectés à Internet au cours des 30 derniers jours quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux (lieux d'éducation, lieux publics ou privés tels les cybercafés, les bibliothèques, chez des amis…)

[(2)] **Visiteurs Uniques** : le nombre total d'individus ayant visité une brand au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité la même brand plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

[(3)] **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

[(4)] **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

[(5)] **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic (sous certaines conditions).
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network : logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte

Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

[(6)] **Sites de vente en ligne généralistes** : Ces sites correspondent à la sous-catégorie « Grande Distribution » de la catégorie « Commerce Multi Catégories », et n'incluent notamment pas les sites de voyage ainsi que les sites ne vendant que du matériel informatique.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec «Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile,etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

La Référence des Équipements Multimédia fournit la référence unique sur les équipements médias et multimédias des foyers français. Elle est réalisée conjointement par Médiamétrie et GfK chaque trimestre auprès d'un échantillon représentatif de 6 000 Français âgés de 15 ans et plus, interrogés en face à face sur les équipements médias et multimédias présents dans le foyer.
L'étude simultanée des équipements audiovisuels, téléphoniques, micro-informatiques et de l'accès à Internet permet d'obtenir une vision globale et évolutive du parc multimédia des foyers français.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail.

Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et électroniques. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie devrait réaliser un chiffre d'affaires de 43 millions d'euros avec un effectif de 353 personnes.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du panel Médiamétrie//NetRatings. Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Pour toute information presse contacter :
Amélie Perrier
Tél. : 01 47 58 97 26
Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : aperrier@mediametrie.fr
www.mediametrie.fr